n° 23 / septembre 06

statistiques en bref

Observatoire de la culture et des communications du Québec

VENTES D'ENREGISTREMENTS SONORES AU QUÉBEC EN 2005

Par CLAUDE MARTIN, professeur
avec la collaboration de Line Grenier, professeure, de Hélène Laurin, Marie-Anne Laramée et Damien Charrieras, étudiantes et étudiant, Laboratoire Culture populaire, connaissance et critique
Département de communication, Université de Montréal
et de Christine Routhier, chargée de projet, OCCQ

Ce bulletin fait suite au bulletin *Statistiques en bref* n° 17 qui portait sur les ventes d'enregistrements sonores au Québec de 2002 à 2004. Dans ce document, nous avions présenté la problématique, les méthodes et les premiers résultats de notre analyse des données de vente fournies par Nielsen SoundScan à l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ). Nous présentons ici trois ensembles de nouveaux résultats. Nous verrons d'abord les résultats relatifs à l'année 2005 en ce qui a trait aux ventes de disques et à la part des produits québécois. Nous utiliserons ensuite les données de Nielsen SoundScan pour quantifier l'importance de certains phénomènes relatifs aux ventes de disques québécois[1], soit la langue des enregistrements, les compilations, les rééditions et les années d'édition des albums vendus. Enfin, nous discuterons de certains aspects méthodologiques.

Faits saillants de l'étude

- Au Québec, les ventes de CD sont restées stables en 2005 : 12,6 millions d'unités vendues. Le nombre d'unités vendues en 2005 a augmenté de seulement 0,7 % par rapport à 2004.
- Selon les chiffres de SoundScan, les ventes de *music videos* (en bonne partie des DVD musicaux) ont augmenté de 19,3 % entre 2004 et 2005 pour atteindre 4,5 millions d'unités vendues.
- Par rapport aux années précédentes, la part des produits québécois au sein des ventes de CD a diminué. En 2005, les albums artistiquement québécois représentent 39,7 % des ventes, alors que cette part était de 46,7 % en 2004. La part des albums industriellement québécois fléchit elle aussi, passant de 47,3 % en 2004 à 40,7 % en 2005.
- Pour la période allant de 2002 à 2005, les albums que l'on peut qualifier de compilations représentent 10,17 % des ventes de CD québécois. Le phénomène des compilations québécoises semble en régression : ce type d'album représentait 19,65 % des ventes de CD québécois en 2002, mais seulement 5,79 % en 2005.

1. Il faudra, selon les besoins, distinguer les calculs faits sur la base du nombre de titres différents (albums) et les calculs sur la base du nombre d'exemplaires ou d'unités vendues. Un titre se vend en de nombreux exemplaires.

Québec

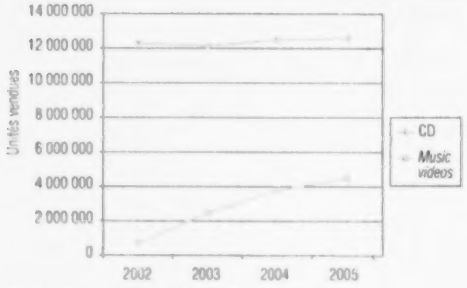
2007-03760/

Les ventes de disques de 2002 à 2005

Rappelons que les ventes totales d'enregistrements sonores incluent ce que SoundScan nomme les *music videos*. Or si l'on exclut ces *music videos* pour n'examiner que les enregistrements de type CD, on constate que le nombre d'unités vendues en 2005 au Québec a peu varié comparativement à 2004, affichant une faible croissance de 0,70 %. De leur côté, les *music videos* ont connu une croissance des ventes de 19,3 % (tableau 1 et figure 1). Pour l'ensemble des disques (CD et *music videos* confondus), le nombre d'unités vendues a augmenté de 5,02 %. Comme nous l'avions mentionné dans le bulletin *Statistiques en bref* nº 17, entre 2002 et 2004, la part des *music videos* au sein de l'ensemble des enregistrements sonores a fortement augmenté, passant de 5 % des unités vendues dans les premiers mois de 2002 à 27 % à la fin de 2004[2]. En 2005, cette croissance a fortement ralenti, passant de 29,4 % en début d'année à 22,1 % en milieu d'année pour remonter en novembre à 30,5 %. Dans l'ensemble, les *music videos* représentent 26,3 % des unités vendues en 2005 contre 23,2 % en 2004.

Figure 1

Ventes de disques, Québec, de 2002 à 2005



Source des données : Nielsen SoundScan inc.
© Nielsen SoundScan, inc. 2001. Tous droits réservés.

Compilation : Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, 2006, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 1

Ventes de disques selon le type de produit, Québec, de 2002 à 2005

	CD[1]		*Music videos*[2]		Total (CD + *music videos*)	
	Unités vendues	Variation	Unités vendues	Variation	Unités vendues	Variation
	n	%	n	%	n	%
2002	12 300 212		727 475		13 027 687	
2003	12 153 844	-1,19	2 494 204	242,9	14 648 048	12,44
2004	12 511 792	2,95	3 776 558	51,4	16 288 350	11,20
2005	12 599 104	0,70	4 506 343	19,3	17 105 447	5,02

1. CD : ensemble des unités vendues moins les *music videos*.

2. Le nombre de *music videos* vendus doit être utilisé avec prudence, car SoundScan pourrait l'avoir surévalué. SoundScan semble en effet avoir inclus par erreur, parmi les disques qualifiés de *music videos*, un certain nombre de produits n'appartenant pas au domaine de l'enregistrement sonore, comme des DVD de films ou d'émissions de télévision.

Source des données : Nielsen SoundScan inc.
© Nielsen SoundScan, inc. 2001. Tous droits réservés.

Compilation : Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, 2006, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

2. Il est à noter que SoundScan pourrait avoir surévalué les ventes des enregistrements de type *music videos*. SoundScan semble en effet avoir inclus par erreur, parmi les enregistrements qualifiés de *music videos*, un certain nombre de produits n'appartenant pas au domaine de l'enregistrement sonore, comme des DVD de films ou d'émissions de télévision.

La part québécoise

Nous suivons ici les méthodes conçues pour l'analyse des données de 2002 à 2004. En ce qui concerne les ventes de 2005, nous avons codé 957 nouveaux enregistrements selon leur origine (québécoise ou non), ce qui fait un total de 4 581 enregistrements codés depuis le début du projet. Comme nous l'avons expliqué dans le bulletin *Statistiques en bref* nº 17, le classement selon l'origine comporte deux dimensions : la dimension artistique (ou « avant-scène ») et la dimension industrielle (étiquette, distributeur, autres aspects industriels). La part des ventes de CD attribuable aux produits québécois a été estimée à partir de l'examen des 350 titres les plus vendus de chaque mois d'une année.

Notre analyse permet de constater que la part des produits québécois au sein des ventes de CD a diminué dans chacune des dimensions (artistique et industrielle) par rapport aux années précédentes (tableau 2 et figure 2). En 2005, la part québécoise dans la dimension artistique s'établit à 39,7 %, alors qu'elle était à 46,7 % en 2004. La part industrielle fléchit aussi passant de 47,3 % en 2004 à 40,7 % en 2005. À partir des données des tableaux 8 et 9 (à la fin du bulletin) et en tenant compte des données de ventes confidentielles, nous constatons une faiblesse relative des ventes des grands succès québécois du type de ceux qui ont propulsé le marché en 2003 et 2004.

Tableau 2

Part des produits artistiquement et industriellement québécois parmi les ventes de CD[1], Québec, de 2002 à 2005

Origine	Dimension artistique		Au moins une dimension industrielle	
	2005	2002-2005	2005	2002-2005
	%			
Québécoise	39,7	40,2	40,7	43,0
Non attestée[2]	60,3	59,8	59,3	57,0
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

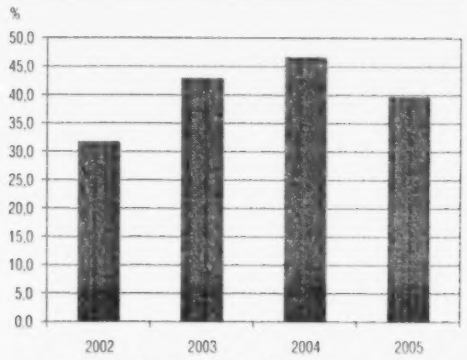
1. La part des ventes dévolue aux produits québécois a été estimée à la suite de l'examen des 350 titres les plus vendus de chaque mois, excluant les *music videos*.
2. Enregistrements qui ne peuvent être classés comme québécois, donc très probablement étrangers selon la dimension considérée.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

Compilation : Claude Martin et autres. Département de communication, Université de Montréal, 2006, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 2

Part des produits artistiquement québécois parmi les ventes de CD[1], Québec, de 2002 à 2005



1. La part des ventes dévolue aux produits québécois a été estimée à la suite de l'examen des 350 titres les plus vendus de chaque mois, excluant les *music videos*.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

Compilation : Claude Martin et autres. Département de communication, Université de Montréal, 2006, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

De nouvelles variables

L'OCCQ nous a fourni une base de données contenant des informations sur différents enregistrements sonores circulant au Québec. Pour chaque titre, nous y trouvons des données sur la date de publication, la langue s'il y a lieu, le fait d'être une réédition ou non, une compilation ou non. Notre mandat consistait à ajuster ces données avec celles fournies par SoundScan de façon à quantifier ces phénomènes au sein des ventes de CD québécois. Nous avons défini comme « québécois » tout CD qui soit était classé québécois dans la dimension artistique, soit obtenait au moins une sous-dimension industrielle québécoise (étiquette, distributeur ou autre). Cela donne une liste de 1 214 titres différents (qui reviennent sur nos listes pendant plusieurs mois). Précisons que nous avons restreint l'analyse aux CD québécois figurant parmi les 350 titres les plus vendus de chaque mois, et ce, pour 12 mois par année pendant quatre ans.

La langue des CD québécois

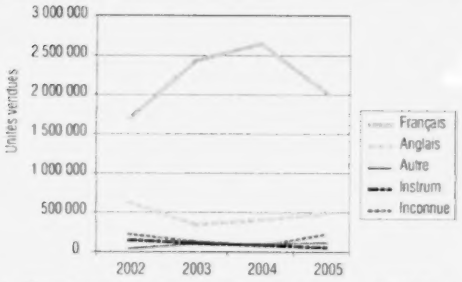
On ne sera pas surpris de constater qu'au sein des ventes de CD québécois, le français est la langue de la très grande majorité des unités vendues (72,8 % sur quatre ans), suivi de l'anglais avec 15,6 %, une proportion qui n'est pas négligeable. La figure 3 illustre l'évolution de ces quantités entre 2002 et 2005. On voit un sommet pour les CD en français en 2004, suivi d'une baisse en 2005 (2,6 millions d'unités vendues en 2004 et 2,0 millions en 2005). Les ventes de CD en anglais et dans les autres modalités sont relativement stables.

Les compilations

Entre 2002 et 2005, les compilations représentent 10,17 % des unités vendues de CD québécois (tableau 3), mais cette proportion varie selon la langue de l'enregistrement (tableau 4). En effet, 16,27 % des unités vendues en langue anglaise sont des compilations contre 8,75 % pour les unités en français. On constate que le phénomène des compilations est en régression pendant la période analysée (tableau 3 et figure 4). Elles représentent 19,65 % des ventes de CD québécois en 2002, mais 5,79 % en 2005. Le nombre de titres différents qui sont des compilations chute aussi, passant de 251 à 124.

Figure 3

Nombre d'unités vendues de CD québécois[1] selon la langue, Québec, de 2002 à 2005



1. CD ayant au moins une dimension québécoise, artistique ou industrielle.

Source des données quant au nombre d'unités vendues : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

Compilation : Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, 2006, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Part des compilations sur l'ensemble des ventes de CD québécois[1,2], Québec, de 2002 à 2005

	Part des compilations
	%
2002	19,65
2003	8,23
2004	8,22
2005	5,79
Total	**10,17**

1. Excluant un petit nombre de CD dont nous ignorons s'ils sont des compilations ou non.
2. CD ayant au moins une dimension québécoise, artistique ou industrielle.

Source des données quant au nombre d'unités vendues : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

Compilation : Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, 2006, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Part des compilations sur l'ensemble des ventes de CD québécois[1,2] selon la langue[3], Québec, de 2002 à 2005

Langue	Part des compilations
	%
En français	8,75
En anglais	16,27
Dans une autre langue ou sans paroles	12,49

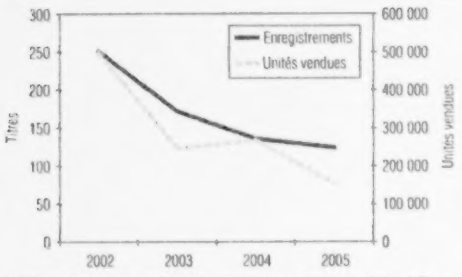
1. Excluant un petit nombre de CD dont nous ignorons s'ils sont des compilations ou non.
2. CD ayant au moins une dimension québécoise, artistique ou industrielle.
3. Il s'agit de la langue principale de l'enregistrement.

Source des données quant au nombre d'unités vendues : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

Compilation : Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, 2006, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 4

Nombre de titres et nombre d'unités vendues de CD québécois[1] qui sont des compilations, Québec, de 2002 à 2005



1. CD ayant au moins une dimension québécoise, artistique ou industrielle.

Source des données quant au nombre d'unités vendues : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

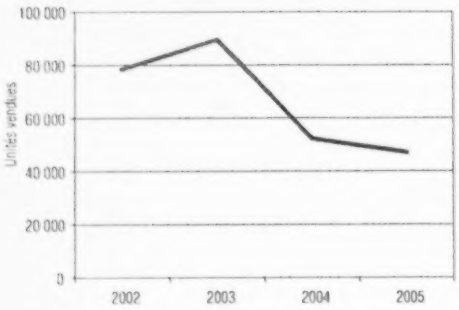
Compilation : Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, 2006, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les rééditions

Le phénomène des rééditions est plus marginal que celui des compilations. Les rééditions ne comptent que pour 4,41 % des titres vendus et 2,33 % des unités vendues de CD québécois. Ce phénomène est aussi en régression à la fin de la période analysée (figure 5). En 2003, 89 442 unités vendues étaient des rééditions contre 47 008 en 2005. Parmi les CD québécois en français, la proportion des rééditions s'établit à 2,87 % contre 0,13 % en anglais.

Figure 5

Nombre d'unités vendues de CD québécois[1] qui sont des rééditions, Québec, de 2002 à 2005



1. CD ayant au moins une dimension québécoise, artistique ou industrielle.

Source des données quant au nombre d'unités vendues : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

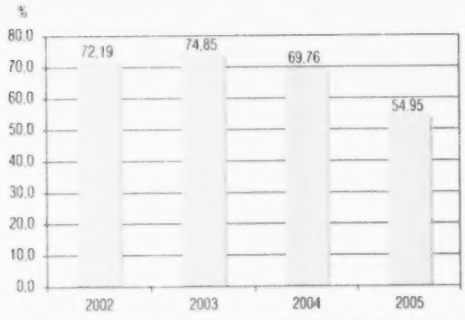
Compilation : Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, 2006, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les années d'édition des CD québécois

Examinons maintenant les ventes de CD québécois selon l'année d'édition. Les tableaux 5 et 6 décrivent la situation d'abord en nombre de titres vendus, puis en nombre d'unités vendues. On voit que quelques titres font parfois la différence et que, généralement, les nouveaux titres de l'année obtiennent la part du lion. Cependant, l'année 2005 se distingue par une part plus faible des ventes de CD québécois allant aux titres de l'année courante (figure 6). En 2005, plus de 900 000 unités vendues concernent des titres édités en 2004. Peut-on faire un lien avec la baisse de la part québécoise? Le tableau 6 montre aussi que les titres de certaines années reçoivent une attention qui dure : 1990, 1994, 1996.

Figure 6

Proportion des unités vendues de CD québécois[1] correspondant à des titres édités durant l'année courante, Québec, 2002 à 2005



1. CD ayant au moins une dimension québécoise, artistique ou industrielle.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

Compilation : Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, 2006, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 5

Nombre de titres de CD québécois[1] vendus selon leur année d'édition, Québec, 2002 à 2005

	2002	2003	2004	2005	Total
Édités en 1976	1	..	..	..	**1**
Édités en 1982	..	1	..	..	**1**
Édités en 1986	..	5	..	..	**5**
Édités en 1989	..	..	1	..	**1**
Édités en 1990	8	14	3	1	**26**
Édités en 1991	3	1	..	..	**4**
Édités en 1992	3	2	2	..	**7**
Édités en 1993	6	1	..	..	**7**
Édités en 1994	24	19	18	..	**61**
Édités en 1995	16	10	10	2	**38**
Édités en 1996	54	41	24	4	**123**
Édités en 1997	20	27	15	7	**69**
Édités en 1998	32	17	2	2	**53**
Édités en 1999	54	11	1	..	**66**
Édités en 2000	109	43	20	17	**189**
Édités en 2001	287	89	25	17	**418**
Édités en 2002	601	395	137	59	**1 192**
Édités en 2003	...	520	379	127	**1 026**
Édités en 2004	...	...	569	409	**978**
Édités en 2005	...	...	...	533	**533**
Non valides	194	163	82	86	**525**
Total	**1 412**	**1 359**	**1 288**	**1 264**	**5 323**

1. CD ayant au moins une dimension québécoise, artistique ou industrielle.

Source des données quant aux titres faisant partie des 350 meilleurs vendeurs de chaque période : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

Compilation : Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, 2006, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 6
Nombre d'unités vendues de CD québécois[1] selon l'année d'édition, Québec, 2002 à 2005

	2002	2003	2004	2005	Total
Édités en 1976	434	–	–	–	**434**
Édités en 1982	–	437	–	–	**437**
Édités en 1986	–	3 019	–	–	**3 019**
Édités en 1989	–	–	449	–	**449**
Édités en 1990	2 795	5 550	1 457	524	**10 326**
Édités en 1991	1 386	1 307	–	–	**2 693**
Édités en 1992	2 839	1 222	868	–	**4 929**
Édités en 1993	3 926	318	–	–	**4 244**
Édités en 1994	17 759	11 432	9 138	–	**38 329**
Édités en 1995	9 544	6 057	4 522	1 090	**21 213**
Édités en 1996	39 199	25 011	13 993	3 010	**81 213**
Édités en 1997	9 079	13 041	8 489	3 583	**34 192**
Édités en 1998	25 093	13 507	5 205	6 492	**50 297**
Édités en 1999	34 021	5 261	455	–	**39 737**
Édités en 2000	129 344	29 365	15 789	23 264	**197 762**
Édités en 2001	419 514	92 125	16 494	13 690	**541 823**
Édités en 2002	1 804 186	539 291	240 464	65 452	**2 649 393**
Édités en 2003	…	2 223 199	664 925	166 585	**3 054 709**
Édités en 2004	…	…	2 265 597	911 618	**3 177 215**
Édités en 2005	…	…	…	1 457 938	**1 457 938**
Non valides	241 801	159 784	74 644	248 202	**724 431**
Total	**2 740 920**	**3 129 926**	**3 322 489**	**2 901 448**	**12 094 783**
Proportion éditée l'année courante (%)	**72,19**	**74,85**	**69,76**	**54,95**	**68,17**

1. CD ayant au moins une dimension québécoise, artistique ou industrielle.

Source des données quant aux titres faisant partie des 350 meilleurs vendeurs de chaque période : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001 Nielsen
Tous droits réservés

Compilation : Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, 2006, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec

Questions méthodologiques

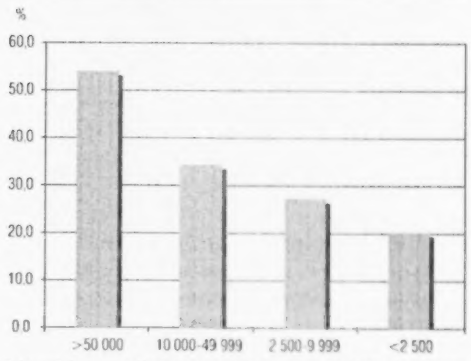
Deux aspects de notre méthodologie méritent d'être examinés à la lumière de nos résultats. Ces aspects concernent la façon d'estimer la part des produits québécois au sein des ventes de CD.

Les grands succès en guise d'échantillon

En calculant la part québécoise en ne considérant que les titres qui sont les meilleurs vendeurs, quelle distorsion produisons-nous? Pour le moment, nous nous contenterons de regarder la variation de la part artistiquement québécoise selon les classes de nombre d'unités vendues (figure 7). Nous avons divisé les titres en quatre classes selon le nombre d'unités vendues (plus de 50 000 unités vendues, entre 10 000 et 49 999, entre 2 500 et 9 999 et moins de 2 500). La relation est très claire : plus le nombre d'unités vendues d'un même titre est élevé, plus la part québécoise est forte. Parmi les titres vendus à plus de 50 000 exemplaires, la part artistiquement québécoise est de 54,0 % contre 20,2 % en bas de 2 500 exemplaires. Il semble donc qu'une analyse restreinte aux plus grands succès puisse conduire à surestimer la part québécoise. Il faudra peut-être étudier plus en profondeur ce sujet, en particulier en analysant des échantillons de titres qui se trouvent sous le seuil des 350 meilleurs vendeurs du mois et, aussi, l'impact du *star system* québécois.

Figure 7

Part des produits artistiquement québécois parmi les ventes de CD[1] selon les classes de nombre d'unités vendues, Québec, de 2002 à 2005



1. La part des ventes dévolue aux produits québécois a été estimée à la suite de l'examen des 350 titres les plus vendus de chaque mois, excluant les *music videos*.

Source des données : Nielsen SoundScan inc.
© Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés.
Nielsen

Compilation : Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, 2006, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Combien de grands succès faut-il examiner?

La seconde question concerne justement le type de liste de meilleurs vendeurs qu'il convient d'utiliser. Comme nous l'avons vu, notre méthode consistait à analyser les 350 meilleurs vendeurs de chacun des 12 mois d'une année. Une méthode moins coûteuse consiste à analyser les 500 meilleurs vendeurs de chaque année. Pour comparer ces deux méthodes, nous avons constitué une liste des 500 meilleurs vendeurs de chaque année à partir de nos listes des 350 meilleurs vendeurs mensuels. Le tableau 7 montre les différences de résultats quant au calcul de la part artistiquement québécoise. Elles sont plutôt faibles, mais on note que, pour chacune des quatre années examinées, les 500 meilleurs vendeurs annuels comportent une part québécoise légèrement plus grande (en termes d'unités vendues) que les 350 meilleurs vendeurs de chaque mois de chaque année. Cela concorde avec ce que nous venons de voir quant à la part québécoise selon les classes de nombre d'unités vendues, car une liste des 500 meilleurs vendeurs d'une année comporte moins de titres qu'une liste des 350 meilleurs vendeurs de chacun des 12 mois de cette année.

Nous voyons donc que, pour estimer la part du marché détenue par les disques québécois, moins le nombre de meilleurs vendeurs examiné est grand, plus on tend à surestimer légèrement cette part. Toutefois, il faut préciser que notre période d'analyse est courte (quatre ans), et que l'étude d'une période plus longue pourrait montrer que l'effet d'une liste restreinte est d'exagérer la part des gagnants qui, selon les circonstances, seront québécois ou étrangers. Cela dit, l'analyse des 500 meilleurs vendeurs annuels est une méthode d'estimation qui donne des résultats très proches des nôtres.

Part des produits artistiquement québécois parmi les ventes de CD selon deux méthodes différentes d'estimation, Québec, de 2002 à 2005

Méthode d'estimation	2002	2003	2004	2005
		%		
Examen des 350 meilleurs vendeurs de chaque mois de l'année	31,72	42,97	46,65	39,69
Examen des 500 meilleurs vendeurs de l'année	32,91	44,88	48,37	40,67

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

Compilation : Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, 2006, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Conclusion

L'analyse des ventes de disques que nous avons faite à partir des données de Nielsen SoundScan pour le Québec montre qu'en 2005, il y a eu un tassement de la part détenue par les produits québécois. Il ne s'agit pas d'une calastrophe cependant, car le niveau des ventes de disques québécois demeure élevé. Fait intéressant, nous croyons voir une diminution de la part québécoise aussi dans les listes de *best-sellers* (livres) et, plus récemment, dans l'assistance aux films dans les cinémas. Un phénomène à suivre.

Liste des titres les plus vendus[1], Québec, de 2002 à 2005

Rang	Artiste[2]	Titre[2]
1	VARIES	[A] STAR ACADEMIE
2	THIBERT MARIE-ELAINE	[A] MARIE-ELAINE THIBERT
3	DION CELINE	[A] NEW DAY HAS COME
4	VARIES	[A] DON JUAN
5	EVANESCENCE	FALLEN
6	JONES NORAH	COME AWAY WITH ME
7	GREEN DAY	AMERICAN IDIOT
8	LES TROIS ACCORDS	[A] GROS MAMMOUTH ALBUM
9	TWAIN SHANIA	UP!
10	COWBOYS FRINGANTS LES	[A] GRAND-MESSE LA
11	LAVIGNE AVRIL	LET GO
12	STAR ACADEMIE 2004	[A] STAR ACADEMIE 2004
13	SHAKIRA	LAUNDRY SERVICE
14	TOUPIN MARIE-CHANTAL	[A] MAUDIT BORDEL
15	VARIES	[A] MIXMANIA
16	LE BOUTHILLIER WILFRED	[A] WILFRED LE BOUTHILLIER
17	CICCONE NICOLA	[A] J'T'AIME TOUT COURT
18	EMINEM	EMINEM SHOW
19	SIMPLE PLAN	[A] STILL NOT GETTING ANY
20	DION CELINE FR	[A] ON NE CHANGE PAS
21	BLACK EYED PEAS	ELEPHUNK
22	KRALL DIANA	LOOK OF LOVE
23	PRESLEY ELVIS	ELVIS 30 NO. 1 HITS
24	LAPOINTE ERIC	[A] ADRENALINE
25	COWBOYS FRINGANTS LES	[A] BREAK SYNDICAL
26	DION CELINE	[A] UNE FILLE ET 4 TYPES
27	CORNEILLE	[A] PARCE QU'ON VIENT DE LOIN
28	PERUSSE FRANCOIS	[A] L'ALBUM PIRATE
29	BLACK EYED PEAS	MONKEY BUSINESS
30	MCLACHLAN SARAH	AFTERGLOW
31	PAUL SEAN	DUTTY ROCK
32	PELLETIER BRUNO	[A] CONCERT DE NOEL
33	COLDPLAY	RUSH OF BLOOD TO THE HEAD
34	DESJARDINS BOOM	[A] BOOM DESJARDINS
35	DION CELINE	[A] ONE HEART
36	LELOUP JEAN	[A] LA VALLEE DES REPUTATIONS
37	MADONNA	CONFESSIONS ON A DANCEFLOOR
38	AZNAVOUR CHARLES	SES GRANDS SUCCES (POUR VOUS AU QUEBEC)
39	BEDAR DANY	[A] ECOUTE MOI DONC
40	BRUNI CARLA	[ ] QUELQU'UN M'A DIT
41	BUBLE MICHAEL	IT'S TIME
42	JONES NORAH	FEELS LIKE HOME
43	VARIES	[A] STAR ACADEMIE 2005
44	COLDPLAY	X & Y
45	8 MILE	SOUNDTRACK
46	BUBLE MICHAEL	MICHAEL BUBLE
47	LAVIGNE AVRIL	UNDER MY SKIN
48	PERUSSE FRANCOIS	[A] L'ALBUM DU PEUPLE TOME 6
49	BEDAR DANY	[A] FRUIT DE MA RECENTE NUIT...
50	USHER	CONFESSIONS

1. La liste des 50 titres les plus vendus pour l'ensemble des quatre années a été dressée à partir des listes des 350 titres les plus vendus de chaque mois, excluant les *music videos*.

2. Les noms des artistes et les titres sont reproduits ici selon la graphie adoptée par SoundScan.

« A » : identifie les produits artistiquement québécois. La dimension artistique se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'œuvre, etc. qui est mis de l'avant.

« I » : identifie les produit industriellement québécois. La dimension industrielle se rapporte aux principales entreprises impliquées : 1) l'étiquette, 2) le distributeur et 3) l'entreprise assurant la gérance artistique ou un autre aspect de la production. Pour qu'un produit soit considéré québécois sur le plan industriel, au moins une de ces trois catégories d'entreprises doit être québécoise.

Nielsen

Source des données : Nielsen SoundScan inc. © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés.

Compilation : Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, 2006, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Liste des titres les plus vendus[1], Québec, 2005

Rang	Artiste[2]	Titre[2]
1	DION CELINE-FR	[A][I] ON NE CHANGE PAS
2	GREEN DAY	AMERICAN IDIOT
3	BLACK EYED PEAS	MONKEY BUSINESS
4	SIMPLE PLAN	[A] STILL NOT GETTING ANY
5	MADONNA	CONFESSIONS ON A DANCEFLOOR
6	BUBLE MICHAEL	IT'S TIME
7	VARIES	[A][I] STAR ACADEMIE 2005
8	COLDPLAY	X & Y
9	JOHNSON JACK	IN BETWEEN DREAMS
10	50 CENT	MASSACRE
11	COWBOYS FRINGANTS LES	[A][I] GRAND-MESSE LA
12	TOUPIN MARIE-C	[A][I] NON-NEGOCIABLE
13	SYSTEM OF A DOWN	MEZMERIZE
14	BLUNT JAMES	BACK TO BEDLAM
15	LES TROIS ACCORDS	[A][I] GROS MAMMOUTH ALBUM
16	VILLENEUVE ANNIE	[A][I] QUAND JE FERME LES YEUX
17	IL DIVO	IL DIVO
18	KRALL DIANA	CHRISTMAS SONGS
19	CRAZY FROG	CRAZY HITS
20	STEFANI GWEN	LOVE.ANGEL.MUSIC.BABY
21	DESJARDINS BOOM	[A][I] BOOM DESJARDINS
22	SYSTEM OF A DOWN	HYPNOTIZE
23	IL DIVO	ANCORA
24	LAPOINTE PIERRE	[A][I] PIERRE LAPOINTE
25	JONAS	[A][I] JONAS
26	VARIES	[A][I] TEMPS D'UNE CHANSON... LE TEMPS
27	CICCONE NICOLA	[A][I] J'T'AIME TOUT COURT
28	BEDAR DANY	[A][I] ECOUTE MOI DONC
29	DOBACARACOL	[A][I] SOLEY
30	LELOUP JEAN	[A][I] 1985-2005 JE JOUE DE LA GUITARE
31	MES AIEUX	[A][I] EN FAMILLE
32	CLARKSON KELLY	BREAKAWAY
33	EMINEM	CURTAIN CALL
34	ENYA	AMARANTINE
35	LOCASS LOCO	[A][I] AMOUR ORAL
36	MOFFATT ARIANE	[A][I] CŒUR DANS LA TETE
37	PINK MARTINI	[I] HANG ON LITTLE TOMATO
38	MARIE-MAI	[A][I] INOXYDABLE
39	KAIN	[A][I] NULLE PART AILLEURS
40	AZNAVOUR CHARLES	SES GRANDS SUCCES (POUR VOUS AU QUEBEC)
41	CAREY MARIAH	EMANCIPATION OF MIMI
42	LAPOINTE ERIC	[A][I] COUPABLE
43	BON JOVI	HAVE A NICE DAY
44	KILLERS	HOT FUSS
45	MARILOU	[A][I] MARILOU LA FILLE QUI CHANTE
46	D'AMOUR FRANCE	[A][I] HORS DE TOUT DOUTE
47	ARCADE FIRE	[A][I] FUNERAL
48	BACKSTREET BOYS	NEVER GONE
49	NICKELBACK	ALL THE RIGHT REASONS
50	DUMAS	[A][I] COURS DES JOURS, LE

1. La liste des 50 titres les plus vendus en 2005 a été dressée à partir des listes des 350 titres les plus vendus de chaque mois, excluant les *music videos*.

2. Les noms des artistes et les titres sont reproduits ici selon la graphie adoptée par SoundScan.

« A » identifie les produits artistiquement québécois. La dimension artistique se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'œuvre, etc. qui est mis de l'avant.

« I » identifie les produit industriellement québécois. La dimension industrielle se rapporte aux principales entreprises impliquées: 1) l'étiquette, 2) le distributeur et 3) l'entreprise assurant la gérance artistique ou un autre aspect de la production. Pour qu'un produit soit considéré québécois sur le plan industriel, au moins une de ces trois catégories d'entreprises doit être québécoise.

Nielsen

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés.

Compilation : Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, 2006, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Numéros déjà parus

01	Écrire ne fait pas vivre	Avril 2003
02	Qui sont les écrivains et les écrivaines du Québec ?	Novembre 2003
03	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, entreprises et institutions en 2001-2002	Février 2004
04	Les professions de la culture et des communications au Québec	Février 2004
05	Les travailleurs du design au Québec	Février 2004
06	La fréquentation des institutions muséales du Québec en 2003	Mai 2004
07	Les organismes de représentation et de promotion du secteur de la culture et des communications	Septembre 2004
08	La fréquentation des spectacles en arts de la scène à l'automne 2003 et à l'hiver 2004	Janvier 2005
09	2004 : Une autre excellente année pour le cinéma québécois	Février 2005
10	Regard sur les imprimés, la télévision, le cinéma et le théâtre	Février 2005
11	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, entreprises et institutions en 2002-2003	Mars 2005
12	La fréquentation des institutions muséales du Québec en 2004	Mai 2005
13	La fréquentation des arts de la scène en 2004	Juin 2005
14	Les ventes de livres neufs au Québec, 2001-2004	Juin 2005
15	Augmentation des acquisitions d'œuvres d'art des musées, entreprises et institutions en 2003-2004	Décembre 2005
16	Profil des établissements spécialisés en production multimédia en 2003-2004 au Québec	Février 2006
17	Ventes d'enregistrements sonores au Québec de 2002 à 2004	Février 2006
18	De nouveaux sommets pour le cinéma québécois	Février 2006
19	La fréquentation des institutions muséales du Québec en 2005	Juin 2006
20	Les ventes des marchands d'œuvres d'art en 2001-2002	Juin 2006
21	Hausse importante des ventes de livres en 2005 et fléchissement des parts de marché du livre québécois en 2004	Juin 2006
22	La fréquentation des arts de la scène en 2005	Juillet 2006

La version PDF de ce document est consultable à l'adresse suivante : www.stat.gouv.qc.ca/observatoire

Ce bulletin est conçu par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Pour tout renseignement veuillez communiquer avec Christine Routhier (418) 691-2414, poste 3053 ou christine.routhier@stat.gouv.qc.ca

Observatoire de la culture et des communications
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3e étage
Québec (Québec) G1R 5T4
Téléphone : (418) 691-2414
Télécopieur : (418) 643-4129

ISSN 1708-9182 (version imprimée)
ISSN 1715-6440 (en ligne)
© Gouvernement du Québec

Institut de la statistique Québec